



Christopher Krull, 21 Jahre Geschäftsführer Schwarzwald Tourismus

Dipl. Geograph, 55, scheidender STG-Geschäftsführer, aufgewachsen in Rickenbach/Südschwarzwald, studierte Fremdenverkehrsgeographie in Göttingen, schrieb 1988 seine Diplomarbeit über die Entwicklung des Tourismus im Hotzenwald/Südschwarzwald. Nach Stationen bei einem großen Busreiseveranstalter in Frankfurt, einem Filmpark im Ruhrgebiet und dem Studienkreis für Tourismus in Starnberg war Krull drei Jahre Geschäftsführer der Weserbergland Touristik GmbH, bevor er im Januar 1996 Geschäftsführer im Schwarzwald Tourismus wurde – zunächst im Tourismusverband Südlicher Schwarzwald (TSS) und ab 2002 bei der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG).

Die wichtigsten Meilensteine in 21 Jahren Krull im Schwarzwald:

1996 Als Krull 1996 zum Geschäftsführer der „**Gebietsgemeinschaft Tourismus Südlicher Schwarzwald e.V.**“ (TSS) berufen wurde, war diese gerade erst **aus sieben Verkehrsgemeinschaften zusammengefügt** worden. Der Schwarzwald war damit in drei Gebietsgemeinschaften unterhalb des Fremdenverkehrsverbandes Schwarzwald (FVVS) aufgeteilt: Neben TSS gab es seit 1987 die „Gebietsgemeinschaft Mittlerer Schwarzwald und Ortenau“ (TMS) und seit 1974 die „Gebietsgemeinschaft Touristik Nördlicher Schwarzwald e.V.“ (TNS). Die Gemeinden waren Mitglied in den jeweiligen Gebietsgemeinschaften und im FVVS. Dieser wird noch im gleichen Jahr umbenannt in Schwarzwald Tourismusverband e.V. (STV)

Der Schwarzwald leidet unter einem **angeschlagenen Image und Investitionsstau**. Als Folge der 3. Stufe der Gesundheitsreform ist der Tourismus deutlich eingebrochen: Die Kurorte hatten mit bis zu 50 Prozent **Übernachtungsrückgängen** zu kämpfen, Kliniken wurden geschlossen.

(Die Rekordübernachtungen der Nachwendejahre 1990/91 waren längst Geschichte und sollten erst 2016 wieder getoppt werden (allerdings mit 67 Prozent mehr Gästen).

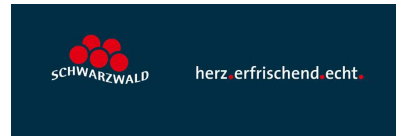
Krull ist beteiligt an der Einführung des stark ermäßigten „**Schwarzwald-Tickets**“ der Bahn für Urlauber im Schwarzwald.

Er entwickelt die **Touristische Informationsnorm (TIN)** mit. Dank dieser Sammlung von Definitionen, Normen und Standards wurde Deutschlandtourismus technisch buchbar.

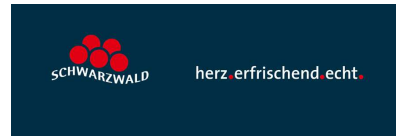
Krull gründet eine **Zentrale Zimmervermittlung**. Zusammen mit den Tourismusverbänden wird das Buchungssystem TIBS finanziert.

Der Schwarzwald ist in Kooperation mit AMEROPA als **erste deutsche Ferienregion im Reisebüro buchbar**.

Krull gibt eine **Schönwetter- und Schneegarantie**. Den Tourismus Südlicher Schwarzwald „kostet“ das zwar etwa 10.000 D-Mark Versicherungsleistung, bringt aber eine bundesweite positive und vielfache Medienresonanz.



- 1997 Krull gründet die **Service-Initiative Schwarzwald** nach dem Vorbild des Schweizer Tourismuspapstes Hansruedi Müller, das Land förderte die Initiative. Die Service-Initiative Schwarzwald war der Grundstein für die Service-Qualität Baden-Württemberg und Startschuss für das deutschlandweite Service-Q.
- 2001 beschreibt ein Leitartikel in der Berliner Morgenpost zur ITB die Lage des Deutschlandtourismus: „Ein Schwarzwald, vier Verbände, tausend Eitelkeiten“. Das ist für STV-Präsident Hansjörg Eckert Anstoß, die Geschäftsführer mit der Ausarbeitung einer **Konzeption für eine einheitliche Tourismusorganisation** für den Gesamtschwarzwald zu beauftragen.
- Krull entwickelt nach dem Vorbild der BodenseeCard die **SchwarzwaldCard**. Die beiden sind die **ersten All-Inclusive-Karten in Deutschland** und Vorbild für viele weitere touristische Vorteilskarten.
- 2002 **Gründung der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)** zur einheitlichen Vertretung des Schwarzwaldes mit der Zielsetzung a) Imageverbesserung im nationalen und internationalen Rahmen, b) Entwicklung von Schwerpunktthemen für die Gästeansprache und c) Internationalisierung des Schwarzwaldes, Steigerung der Gästezahlen, insbesondere aus dem Ausland.
- Krull wird zum Geschäftsführer der STG berufen und gestaltet damit seit 21 Jahren wesentlich die Geschicke des Dachverbandes und der Marketingorganisation: Seit 2003 steigen die Gäste- und Übernachtungszahlen kontinuierlich an, erreichten 2016 einen Allzeitrekord.
- 2003 Wandern wird das erste Schwerpunktthema im Schwarzwald. Krull entwickelt mit einer kleinen Kommission im Deutschen Wanderverband (DWV) und in Abstimmung mit dem Schwarzwaldverein einen Kriterienkatalog für die **„Qualitätswege wanderbares Deutschland“**.
- Gründung des **„Westweg-Fonds“ als erster Pool-Arbeitskreis Tourismus (PAKT)** des Schwarzwald Tourismus. 35 Orte beteiligen sich als Mitglied am Aufbau der Qualitätsangebote.
- 2004 Schulung von „Qualitätsgastgebern Wanderbares Deutschland“, **74 Betriebe werden ausgezeichnet**. Anpassung des Westweges an die DWV-Wegekriterien.
- 2005 In enger Abstimmung mit der Tarifgemeinschaft Ortenau (TGO) startet Krull das **Projekt KONUS** im mittleren und südlichen Schwarzwald. Die „Kostenlose Nutzung des ÖPNV für Urlauber im Schwarzwald“ wird zum renommiertesten Projekt der STG. Inzwischen beteiligen sich 147 Gemeinden mit mehr als 11.000 Gastgebern. Das KONUS-Logo macht die Schwarzwald Gästekarte zur Freifahrtkarte für den ÖPNV in der gesamten Ferienregion.
- 2006 Die **Strukturreform** ist vollzogen, die drei Gebietsgemeinschaften in der STG werden aufgelöst. Da aber die Orte Gesellschafter der Gebietsgemeinschaften waren, musste eine Lösung für die Orte gefunden werden. Krull ist es gelungen, die zwölf Landkreise und vier Stadtkreise der Region dafür zu gewinnen, dass diese ihre Orte von den Mitgliedsbeiträgen zur STG freistellen. Die Land- und Stadtkreise übernehmen die



Mitgliedsbeiträge und werden so zu alleinigen Gesellschaftern der STG. Dieses Konstrukt kann als Garant dafür gesehen werden, dass diese in ihren Ausmaßen beispiellose Destination bis heute funktioniert und handlungsfähig ist.

2006 Krull ist mit der STG Gründungsmitglied des Naturpark Südschwarzwald.

TUI und Schwarzwald kooperieren. Zur Sommersaison erscheinen die Kataloge „**TUI-Schwarzwald**“ und „**TUI-SchwarzwaldCard**“.

Krull überzeugt **Wirtschaftspartner** zur aktiven Unterstützung des Marketings. Gründung eines Wirtschaftsbeirates zur gemeinsamen Förderung des Schwarzwaldtourismus. Heute beteiligen sich ca. 20 Firmen mit einem jährlichen Betrag von rund 200.000 Euro.

Festakt „**100 Jahre Schwarzwald Tourismus**“ im Konzerthaus Karlsruhe, Vorstellung der Jubiläumsschrift der STG („Silbernes Handbuch des Tourismusverbandes“) und Eröffnung der großen Wanderausstellung.

2007 Der **Westweg** wird als erster Fernwanderweg im Schwarzwald und deutschlandweit zweiter (nach dem Rothaarsteig) als „**Qualitätsweg**“ zertifiziert.

Das **Themenmarketing** wird erweitert, Schwarzwald wird sowohl als „Wanderregion Nr.1“, als auch als „Deutschlands schönste Genießer-Ecke“ und als „Toplevel für Mountainbiker und Radfahrer“ positioniert. Wellness und Familienferien sind weitere Themen. Bildung von Pool-Arbeitskreisen-Tourismus für Wandern und Rad/Mountainbiking.

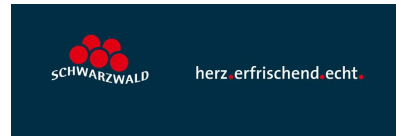
Die 450 km lange „**Bike-Crossing-Route Schwarzwald**“ wird initiiert.

Das erste **Weintourismusprojekt** startet: Das Interreg IIIA-Projekt „Weintourismus in Baden und im Elsass“ verbindet je 80 Orte beiderseits des Rheins. Zur Saison 2008 entstehen 20 grenzüberschreitende Reisepakete und ein Verkaufshandbuch für die gemeinsame Vermarktung der Weintourismusregion in Großbritannien, USA und Kanada.

2008 Einführung der neuen **Marke „Schwarzwald – herz.erfrischend.echt.“** Relaunch mit neuem Markenbild und neuer Markenbotschaft.

2009 **Erster einheitlicher Gesamtmessestand** auf der CMT. Der CMT-Messestand im neuen Markendesign und über 200 Citylightposter, Infoscreens und Stadtbusse in Stuttgart unterstreichen die Neupositionierung des Schwarzwaldes und lassen die neue Wortbildmarke „Schwarzwald – herz.erfrischend.echt.“ erstrahlen. Werbepartnerschaften mit Peterstaler und Breisgaumilch (heute Schwarzwaldmilch) bringen die frische Positionierung in die Haushalte. SWR-Erlebniswochenenden in 2009 und 2010 unterstreichen die neue Marke.

Auf dem 1. Markengipfel im November sprechen sich 16 Wirtschaftspartner, Gesellschafter und Partnerorganisationen der STG unter Moderation von Regierungspräsident Julian Würtenberger für die Weiterentwicklung der touristischen Marke zur gemeinsamen Dachmarke für den Wirtschaftsraum aus.



2009 Krull ist Initiator und Mitbegründer **des Vereins Deutscher Mittelgebirge** und wird zu dessen Vorsitzendem berufen. Der Sitz des Vereins ist bis heute bei der Schwarzwald Tourismus GmbH.

Krull wird Vorsitzender des **Marketingausschusses Tourismus Marketing Baden-Württemberg** (TMBW), Mitglied im **Aufsichtsrat der TMBW** und im **Vorstand des Tourismusverbandes** Baden-Württemberg.

09/10 Die Bildung wettbewerbsfähiger touristischer Einheiten ist das Ziel des Touristischen Aktionsbündnisses Nördlicher Schwarzwald (TANS). Die Landkreise Calw, Freudenstadt und Rastatt werden dazu aus dem TANS-Budget der Schwarzwald Tourismus GmbH gefördert.

2010 Gemeinsam mit Freiburg Teilnahme an der **Weltausstellung in Shanghai** mit einer innovativen Kuckucksuhren-Installation im **deutschen Pavillon**.

2011 Das von Krull mit dem Steinbeis-Beratungszentrum in Trossingen und der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg initiierte Projekt **„Zukunftsmobilität in der Ferienregion Schwarzwald (ZUMO)“** ist Gewinner im Ideenwettbewerb zum Automobilsommer in Baden-Württemberg. In den Sommerferien können Urlauber in verschiedenen Orten Elektroautos, Biogas-Fahrzeuge, E-Bikes oder Segways für ihre individuelle Feriengestaltung nutzen und so neue Mobilitätsformen testen. Die Anreise zu den insgesamt 160 Testwochen in der „Bergwelt Südschwarzwald“ und im „Ferienland“ erfolgte klimaschonend mit der Bahn. Eine Woche inklusive Anreise und Fahrzeuge gab es schon für 299 Euro in einer Fewo zu buchen.

Eröffnung des **Schwarzwald-Panoramaradwegs**, die 280 km lange Strecke ist für E-Bikes gerüstet. Aufbau eines schwarzwaldweiten E-Bike-Lade- und -Verleihnetzes.

Einführung der **„Schwarzwälder Genießerpfade“** als neues regionales Qualitätslabel zur Positionierung des Wanderangebotes in „Deutschlands schönster Genießer-Ecke“.

2012 **RIT-Schwarzwaldticket** ist jetzt auch online buchbar und kann direkt auf Gastgeberseiten gebucht werden.

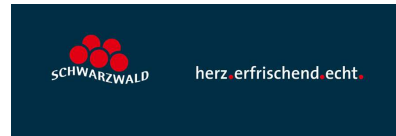
STG erstellt in Zusammenarbeit mit der IHK Schwarzwald und dwif-consulting sowie ERV eine 124 Seiten starke **Ratgeberbroschüre „Der perfekte Gastgeber“** zur **Qualitätssicherung in den Unterkunftsbetrieben**.

Schwarzwaldradio wird zum offiziellen Ferienradio für die Urlaubsregion. Damit hat der Schwarzwald als einzige deutsche Ferienregion ein (inzwischen bundesweit sendendes) Ferienradio.

2012 **Schwarzwaldverein** und STG schließen eine Kooperationsvereinbarung zur Ausschilderung der Genießerpfade und anderer Wanderwege und betreiben das **Portal „Wanderservice Schwarzwald“**.

STG verstärkt die Auslandsaktivitäten, **erste Delegationsreise nach Israel** und Entwicklung einer Marktstrategie für Israel.

Die Studie Destination Brand von GfK und FHW (seit 2009 regelmäßig erhoben) bescheinigt dem Schwarzwald **Spitzenpositionen bei Bekanntheit und**



Sympathiewerten. Die bundesweit repräsentative Erhebung bescheinigt dem Schwarzwald Topwerte in der Themenkompetenz.

2013 **Neues vom Land gefördertes Weintourismus-Projekt.** STG schafft die Stelle eines Projektleiters Weintourismus. Das Staatliche Weinbauinstitut bezuschusst die Personalstelle, Badischer Wein GmbH und Badischer Weinbauverband bringen die operativen Marketingmittel in das Weintourismus-Projekt ein. Ziel ist die Verknüpfung von Weingenuß, Weinverkauf und touristischen Aktivitäten bzw. Regionen.

Neue Broschüre „**Der perfekte Gastgeber – für Auslandsgäste**“.

Finalist im ersten Bundeswettbewerb „**Nachhaltige Tourismusregionen**“.

2014 Einrichtung des Nationalpark Schwarzwald wird von der STG gefördert und aktiv unterstützt.

2014 Weitere Intensivierung des Auslandsmarketings, **Gründung eines PAKT Ausland** mit Ziel verstärkte Marktbearbeitung in Frankreich, BeNeLux, Schweiz, Österreich, USA, Asien und Israel.

In der Initiative „**Baukultur Schwarzwald**“ engagiert sich Krull für nachhaltiges und landschaftstypisches Bauen in der Region. Partner der Initiative sind das Regierungspräsidium Freiburg, die Architektenkammer Baden-Württemberg im Kammerbezirk Freiburg, DEHOGA Baden-Württemberg und Naturpark Südschwarzwald.

Erster **Schwarzwald Tourismuskongress** von IHK und STG in Schiltach zum Thema „Made in Black Forest“ orientiert, wie sowohl Wirtschaftsunternehmen als auch Tourismus die Marke Schwarzwald „aufladen“ und von ihr profitieren können.

Die STG erwirbt die **Namensrechte am Stadion des SC**. Krull gelingt es, sechs Finanzierungspartner für die Kooperation über fünf Jahre zu gewinnen. Damit hat der Schwarzwald als einzige Urlaubsregion Deutschlands ein Namensrecht für ein Bundesliga-Stadion. Das „**Schwarzwald-Stadion**“ wird zum Werbeträger.

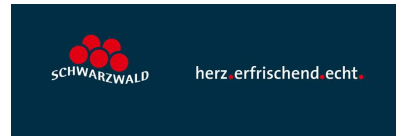
Outsourcing von OGS/Zentraler Zimmervermittlung und Pauschalangeboten, um Rechtssicherheit in Bezug auf das Beihilferecht zu gewährleisten und um als Reiseveranstalter nicht in Konkurrenz zur Privatwirtschaft zu treten.

2015 Die STG lässt auf Initiative von Krull das „**Guide Portal Schwarzwald**“ als erstes regionsweites Informations- und Reservierungsportal für zertifizierte Gästeführer und deren Tourenangebote entwickeln. Über diesen zusätzlichen Vertriebsweg soll die Auslastung gesichert und die Information für Urlauber erleichtert werden.

2015 1. Schwarzwald-Familientag zum Saisonauftakt für den SC Freiburg am Schwarzwald-Stadion.

Kampagne „**Gemeinsam Natur erleben**“ mit Landesforstverwaltung, Schwarzwaldverein, den beiden Naturparks, Deutsche Initiative Mountain Bike (DIMB), Badischer Radsportverband und ADFC soll Konflikte auf Wanderwegen reduzieren.

Der 2. Tourismuskongress mit der IHK-Schwarzwald unter dem Thema „Aus Liebe zur Heimat“ widmet sich in Höchenschwand der Kraft des emotionalen Destinationsmarketings.



2015 Die **Beziehungsmatrix** – eine ausführliche interne Befragung der Mitglieder, Partnerverbände und Leistungsträger durch das Institut für Tourismusmarketing (ITM) der FHW – bescheinigt eine mehr als 90-prozentige hohe Zufriedenheit aller Befragten mit der Arbeit der STG.

15/16 Krull legt das **neue Marketingkonzept „Aufbruch 2020“** vor. Neue Beteiligungsmodelle und die Erweiterung der Marketingschwerpunkte auf sieben „Profilthemen“ sollen die Positionierung des Schwarzwaldes im Markt sichern. Natur, Kulinarik, Kultur werden in unterschiedlicher Intensität mit den „Aktivitätsthemen“ Wandern, Radfahren/Mountainbiking, Wellness/Gesundheit, Familienurlaub und Wintererlebnis kombiniert und prägen so ein einzigartiges Bild der vielfältigen Ferienregion Schwarzwald. Die erwarteten Effekte sollen bei fast gleichen Personal- und Kostenansätzen durch organisatorische Umstellungen erzielt werden: Die STG bindet interessierte Orte/Regionen über Pool-Arbeitskreise ein, die von STG-Themenmanagern geführt werden.

Krull tritt aktiv für die Einrichtung des **Biosphärengebiet Schwarzwald** ein und übernimmt für den UNESCO-Antrag die touristische Ausarbeitung.

STG rundet das E-Mobilitätsangebot im Schwarzwald durch Kooperation mit dem Veranstalter „drive in motion“ ab: Er bietet in Abstimmung mit der STG geführte Rundtouren mit Tesla-Fahrzeugen im Schwarzwald als „Schwarzwald e-drive Experience“ an.

2016 Schwarzwald ist Gastgeber des „2. Deutscher Mountainbike Tourismuskongress“ in Bad Wildbad mit rund 160 Vertretern aus Politik, Tourismus, Kommunen und Umweltverbänden.

In gemeinsamer Initiative setzen sich Schwarzwälder Bürgermeister und STG-Geschäftsführer erfolgreich für einen „Tatort Schwarzwald“ ein, Location-Scouting in 2016, Dreh- und Sendebeginn 2017.

16/17 Als Konsequenz aus der Mitgliederbefragung werden von Krull die Projekte **Touristische Ortsberatung (TOB)** und **Natürlicher Dorfurlaub (NaDU)** initiiert. Damit erhalten rund 30 Orte mit eher unterdurchschnittlicher Tourismusintensität eine ausführliche kostenfreie Beratung, größtenteils durch Krull selbst. Das vom Land mit 100.000 Euro geförderte Projekt NaDu soll die Vermarktung kleinerer Angebotssegmente im Schwarzwald fördern.

Die STG ist national und international für das touristische Marketing der 11.100 km² großen Ferienregion Schwarzwald zuständig. Unterstützt wird die STG vom Land Baden-Württemberg, den Landkreisen, Kommunen und Wirtschaftspartnern. Die Hauptgeschäftsstelle ist Freiburg, eine Außenstelle hat die STG in Pforzheim. Insgesamt arbeiten in der STG 30 Mitarbeiter. Das Jahresbudget liegt bei rund 4,12 Mio. EUR.